



Příběh webového designu

Tereza Linhartová – Charita Česká republika

Jan Vítkovský – VIZUS.CZ s.r.o.

O5_SC 4_OK	Charita ČR disponuje nově inovovaným webem vč. adresáře, dle odsouhlaseného konceptu.			
Garant cíle za Radu	Robert Neugebauer			
Garant cíle	Generální sekretář			
<i>aktivita</i>	<i>kdo</i>	<i>ve spolupráci</i>	<i>termín</i>	<i>Výstup + schválení</i>
1. Vytvoření postupu aktualizace adresáře.	Tereza Linhartová	Jakub Líčka, pracovní skupina	11/25	Dokument
2. Schválení prováděcí analýzy redesignu a funkčnosti webu jako komplexního řešení (vč. webů zahraničních poboček aj.).	Tereza Linhartová	Jakub Líčka	12/25	Usnesení Rady ředitelů schvalující závaznou podobu aktualizace webu.
3. „Aktualizovaný web“ je předán a uveden do používání.	Tereza Linhartová		10/26	Prezentace nového webu na RŘ a na dalších platformách.

Hlavní pilíře a stanovené cíle

- **moderní design** (grafika)
- **jednodušší správa** (upgrade na CMS4, správa prostřednictvím grafických boxů)
- **legislativní soulad** (audit legislativní správnosti a bezpečnostních standardů)
- **technická stabilita** (aktualizace technického řešení)
- **posilování značky** (nová grafika na základě jednotného vizuálního stylu)
- **podpora fundraisingu** (CTA, datová vrstva pro nastavování metrik)
- **zlepšení přístupnosti** (WCAG AA standard)
- **snadnější správa**
- **efektivní implementace**

Jak jsme postupovali při tvorbě grafiky

- Analýzou webů v charitní síti jsme vypracovali **jazykový a hodnotový profil Charit** – jakými hodnotami se Charity prezentují a jak je vyjadřují – jak chtějí být vnímány.
- Zabývali jsme se současnými designovými trendy – webovými, technologickými i obecně.
- Provedli jsme průzkum konkurence – hledali jsme inspiraci na webech českých i zahraničních neziskových organizací.
- Prošli jsme weby, které nám pro inspiraci poslali kolegové.
- Důkladně jsme rozebrali **logomanuál – resp. jednotný vizuální styl Charity**.

Jak se Charita prezentuje v jazyce svých webů?

- Jako **profesionální pomoc s lidskou tváří**: je klidná, blízká, důvěryhodná a hluboce zaměřená na důstojnost každého člověka. Představuje se jako někdo, kdo je nablízku ve chvíli, kdy člověku docházejí síly. Její komunikace stojí na slovech jako **pomoc, blízkost, doprovázení, důstojnost, naděje, bezpečí, domov, srdce a služba**. Duchovní rozměr je přítomný, ale většinou nevtíravý: křesťanské kořeny se nepřekládají do náboženského patosu, ale do konkrétního postoje — **být s člověkem, nehodnotit ho, chránit jeho důstojnost a pomáhat bez rozdílu**.
- Hodnotově Charita působí jako organizace, která spojuje **zájem a pochopení s odborností**. Její jazyk není jen emotivní, ale ani čistě úřední. Nejlépe funguje tam, kde **dokáže propojit lidskost a profesionalitu: srdce a kvalitu, blízkost a spolehlivost, naději a konkrétní odbornou službu**. Často se objevuje motiv, že člověk na těžkou situaci nemusí zůstat sám — Charita přichází jako opora, průvodce a partner. Celkový obraz značky je proto tichý, pevný a lidský: Charita není hlasitá, ale je přítomná; neslibuje zázraky, ale nabízí blízkost, péči a důstojnou pomoc tam, kde je život nejtěžší.

Hledání cesty k modernímu designu







Hlavní designová myšlenka

- Nový web Charity nechce být studeně moderní. Chce být moderní lidsky.
- Nechceme, aby Charita působila chladně. Je to značka blízkosti, důvěry, pomoci, lidského tepla a naděje. Proto její digitální podoba **nemá působit sterilně ani technokraticky**. Má být současná, přehledná a profesionální — ale zároveň vřelá, barevná a živá. **Usměvavá**.
- Pracujeme s celou paletou barev povolených charitním vizuálním stylem. **Není to ale dekorativní gesto. Je to hodnotová volba**. S barvami pracujeme ne jako s ozdobou, ale jako s jazykem: barvy pomáhají vyjádřit pestrost života, **rozmanitost služeb** i lidskost organizace. Každá může nést jiný **význam**.
- Modernost v novém designu neznamená chlad. Znamená srozumitelnost, čistotu, funkčnost a důvěryhodnost. **Vřelost neznamená zastaralost**. Znamená, že i digitální prostor může člověka přijmout, uklidnit a vést dál.

-
- Nový web Charity staví na současném, přehledném a funkčním designu. Záměrně se ale vyhýbá chladné hi-tech estetice, která by neodpovídala charakteru Charity. Nejsme technologická firma ani obchod s designovým nábytkem. **Charita je spojena s blízkostí, péčí, důvěrou, laskavostí a nadějí — a právě tyto hodnoty se mají projevit i vizuálně.**
 - Web Charity bude moderní, nikoli odtažitý. Čistý, nikoli sterilní. Přehledný, ne chladný. **Profesionální, ale stále lidský.**

Jak jsme tyto myšlenky propojili se schváleným vizuálním stylem?

Harmonogram a důležité informace

- červenec – srpen 2026 – programování, prototypy, neveřejný testovací provoz na několika vybraných webech, vyladění nejzásadnějších chyb
- září 2026 – schůzka s povinnou účastí redaktorů – informace k převodu, ukázka nového CMS
- říjen 2026 (bude záviset na úspěšnosti testovacího provozu) – převod Webů 2018 na verzi 2026 spojený s jednodenní odstávkou; **finální smazání všech Webů 2010 včetně archivů**
- říjen 2026 – ukázky nových nástrojů, dobré praxe, školení přístupnosti pro redaktory, brainstorming nad možnostmi dalšího rozvoje v roce 2027
- Postupné doplňování návodů na helpdesk.charita.cz